

ANALISIS NILAI TAMBAH PADA RANTAI PASOK BUAH NAGA DI KABUPATEN TANAH LAUT KALIMANTAN SELATAN

Nina Hairiyah¹, R. Rizki Amalia²
Politeknik Negeri Tanah Laut^{1,2}
ninahairiyah@politata.ac.id¹
ra.amalia.rizki@politata.ac.id²

ABSTRACT

Dragon fruit is a commodity that is widely produced in Tanah Laut Regency, South Kalimantan. Several previous studies have examined the supply chain flow patterns, the entities involved, the level of mechanical damage, shelf life, production costs and break-even points of dragon fruit in Tanah Laut Regency. In this study will be examined about the added value of each entity in the dragon fruit supply chain in Tanah Laut Regency. Data collection is carried out directly by interviewing each entity involved in the Tourism Market and Tuntung Pandang Market Pelaihari. Value added calculations are done using the Hayami method. The results of the study showed that large collectors who supply to the tourism market and Pasar Tuntung Pandang Pelaihari each obtained a value added ratio of 21.29 percent and 46.09 percent with profit rates of 18.76 percent and 41.58 percent respectively. Value added ratio obtained by wholesalers 41.59 percent with a profit rate of 41.16 percent. The retailers at the Tuntung Pandang Pelaihari and Tourism Markets and Markets each gained an average value added ratio of 33.26 percent and 44.21 percent with an average profit rate of 3, .17 percent and 43.45 percent respectively. There is no such great difference in the ratio of value added and the level of profit for each entity. This mattershows that the implementation of the marketing of supply chain entities in the Tourism Market and Pasar Tuntung Pandang Pelaihari has carried out mutually beneficial cooperation.

Keywords: *supply chain, dragon fruit, added value, Hayami's method*

ABSTRAK

Buah naga merupakan komoditas yang banyak dihasilkan di Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji mengenai pola aliran rantai pasok, entitas yang terlibat, tingkat kerusakan mekanis, umur simpan, biaya produksi dan titik impas buah naga di Kabupaten Tanah Laut. Pada penelitian ini akan dikaji mengenai nilai tambah pada setiap entitas yang ada di rantai pasok buah naga di Kabupaten Tanah Laut. Pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan mewawancarai setiap entitas yang terlibat pada Pasar Wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari. Perhitungan nilai tambah dilakukan dengan menggunakan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pedagang pengumpul besar yang memasok ke Pasar wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari masing-masing memperoleh rasio nilai tambah 21,29 persen dan 46,09 persen dengan tingkat keuntungan masing-masing 18,76 persen dan 41,58 persen. Rasio nilai tambah yang didapatkan pedagang grosir 41,59 persen dengan tingkat keuntungan 41,16 persen. Pedagang pengecer di Pasar Wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari masing-masing memperoleh rata-rata rasio nilai tambah 33,26 persen dan 44,21 persen dengan rata-rata tingkat keuntungan masing-masing 3,17 persen dan 43,45 persen. Tidak terdapat perbedaan yang begitu besar pada rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan pada masing-masing entitas. Hal ini menunjukkan pelaksanaan pemasaran entitas rantai

pasok di Pasar Wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari telah melakukan kerjasama yang saling menguntungkan.

Kata Kunci: rantai pasok, buah naga, nilai tambah, metode Hayami

PENDAHULUAN

Salah satu sentra produksi buah naga di Indonesia terdapat di Provinsi Kalimantan Selatan khususnya di Kabupaten Tanah Laut. Walaupun buah naga dapat ditemukan di berbagai daerah Indonesia, tetapi buah naga menjadi suatu komoditas yang khas di Tanah Laut karena dapat ditemukan di pasar-pasar sekitar lokasi wisata Kabupaten Tanah Laut. Buah naga merupakan salah satu tanaman hortikultura yang mulai dibudidayakan di Kabupaten Tanah Laut sejak tahun 2006 di Desa Tampang dan Desa Sumber Mulia Kecamatan Pelaihari. Budidaya ini dilakukan mengacu pada hasil keputusan menteri pertanian No. 511/Kpts/PD.310/9/2006 tentang komoditi buah naga sebagai salah satu tanaman binaan Direktorat Jenderal Hortikultura. Pada tahun 2015, luas tanam budidaya buah naga sebesar 182 hektar yang tersebar diseluruh kecamatan di Kabupaten Tanah Laut. Lokasi untuk sentra buah naga dengan kualitas *super red* berada di Kecamatan Bajuin dan Takisung (Badan Pusat Statistik, 2016).

Amalia, Hairiyah, & Nuryati (2017) telah melakukan penelitian mengenai pemetaan rantai pasok buah naga di Kabupaten Tanah Laut. Penelitian tersebut menyimpulkan ada empat pola aliran rantai pasok buah naga dengan entitas yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul kecil, pedagang pengumpul besar, pedagang pengecer, dan konsumen.

Berdasarkan rantai pasok buah naga yang ada di Kabupaten Tanah Laut, diperlukan kajian mengenai analisis nilai tambah dengan tujuan mengetahui tingkat rasio nilai tambah dan keuntungan masing-masing tiap entitas rantai pasok buah naga.

Konsep nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen. Nilai tambah pada setiap anggota rantai pasok berbeda-beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut (Sudiyono 2002 diacu dalam Marimin 2010). Input yang menyebabkan terjadinya nilai tambah dari suatu komoditas dapat dilihat dari adanya perubahan-perubahan pada komoditas tersebut, yaitu perubahan bentuk, tempat dan waktu (Helda, 2004).

Metode yang umum digunakan dalam analisis nilai tambah adalah metode M. Dawam Rahardjo dan Metode Hayami. Menurut Sukandar (2008) perhitungan Metode M. Dawam Rahardjo didasarkan pada selisih nilai produk bruto dan total pengeluaran. Total pengeluaran meliputi gaji/upah, bahan baku, bahan bakar dan bahan lainnya. Untuk Metode Hayami perhitungan didasarkan pada satu satuan bahan baku utama. Teori nilai tambah dari perhitungan metode M. Dawam Rahardjo sama dengan teori keuntungan dalam perhitungan metode Hayami. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai tambah yang dihasilkan dari perhitungan

metode M. Dawam Rahardjo merupakan keuntungan bagi perusahaan dalam perhitungan metode Hayami. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis nilai tambah metode Hayami memiliki keunggulan, dimana metode tersebut merupakan penyempurnaan dari perhitungan nilai tambah metode M. Dawam Rahardjo.

Kelebihan dari analisis nilai tambah metode Hayami menurut Sudiyono (2002) diacu dalam Marimin (2010) dapat diketahui besarnya nilai tambah, dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor produksi dan dapat diterapkan di luar subsistem pengolahan, misalnya kegiatan pemasaran. Menurut Sudiyono (2002) diacu dalam Marimin (2010) dalam metode Hayami ada dua cara untuk menghitung nilai tambah, yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah ada dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja, sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain. Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilakukan dengan survey langsung dan melakukan wawancara kepada setiap entitas yang terlibat pada rantai pasok buah naga di Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. Entitas yang terlibat diantaranya adalah pedagang grosir, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer yang ada di Pasar Wisata dan pasar Tuntung Pandang Pelaihari.

Analisis nilai tambah yang digunakan pada kajian rantai pasok ini adalah metode Hayami. Analisis ini digunakan berdasarkan keunggulan metode Hayami untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh oleh setiap anggota rantai pasok, yang terdiri atas tenaga kerja, modal, dan manajemen yang diusahakannya.

Nilai Tambah = $f \{ K, B, T, U, H, h, L \}$ dimana :

K = Kapasitas produksi

B = Bahan baku yang digunakan

T = Tenaga kerja yang digunakan

U = Upah tenaga kerja

H = Harga output

h = Harga bahan baku

L = Nilai input lain (nilai dan semua korbanan yang terjadi selama proses perlakuan untuk menambah nilai)

Tabel 1. Prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami

No.	Variabel	Nilai
-----	----------	-------

	Output, Input dan Harga	
1	Output (Kg)	(1)
2	Bahan Baku (Kg)	(2)
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	(3)
4	Faktor Konversi	(4) = (1)/(2)
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/kg)	(5) = (3)/(2)
6	Harga Output (Rp/Kg)	(6)
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	(7)
	Penerimaan dan Keuntungan	
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9	Harga Input Lain (Rp/Kg)	(9)
10	Nilai Output (Rp/Kg)	(10) = (4) x (6)
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	(11a) = (10) – (9) – (8)
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	(11b) = (11a) / 10 x 100
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (Rp/Kg)	(12a) = (5) x (7)
	b. Pangsa Tenaga Kerja Langsung (%)	(12b) = (12a)/(11a) x 100
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(13a) = (11a) – (12a)
	b. Tingkat Keuntungan (%)	(13b) = (13a)/10 x 100
	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14	Marjin (Rp/Kg)	(14) = (10) – (8)
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	(14a) = (12a) / (14) x 100
	b. Sumbangan Input lain (%)	(14b) = (9) / (14) x 100
	c. Keuntungan Perusahaan (%)	(14c) = (13a) / 14 x 100

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep nilai tambah adalah suatu peningkatan nilai yang terjadi karena adanya input yang diperlakukan pada suatu komoditas. Input ini yang menyebabkan terjadinya nilai tambah dari suatu komoditas. Nilai tambah yang dimaksud adalah pertambahan suatu nilai komoditas karena komoditas tersebut telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi. Kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran buah naga dapat menciptakan nilai tambah pada masing-masing entitas. Untuk melihat besarnya nilai tambah yang diciptakan maka dilakukan analisis nilai tambah metode Hayami yang difokuskan di pedagang pengumpul besar, pedagang grosir dan pedagang pengecer.

Nilai Tambah Pedagang Pengumpul Besar

Pedagang pengumpul besar melakukan proses sortasi, *grading*, pengemasan dan pendistribusian pada buah naga yang diterimanya dari pedagang pengumpul kecil. Pedagang pengumpul besar tidak melakukan pengolahan lebih lanjut, sehingga nilai tambah yang dihasilkan juga tidak terlalu tinggi. Harga *input* pedagang pengumpul besar adalah harga yang dibayarkan kepada pedagang pengumpul kecil, sedangkan harga *output* adalah harga yang diterima dari pedagang pengecer. Tabel 2 menunjukkan bahwa rasio nilai tambah yang didapatkan oleh responden pedagang

pengumpul besar cukup besar yaitu 21.29 persen dan 46.09 persen, sedangkan tingkat keuntungan juga cukup besar yaitu 18.76 persen dan 41.58 persen.

Tabel 2. Perhitungan Nilai Tambah Pedagang Pengumpul Besar

No.	Variabel	Responden 1	Responden 2
Output, Input dan Harga			
1	Output (Kg)	66.048,00	230.010,00
2	Bahan Baku (Kg)	76.800,00	246.000,00
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	240,00	1.112,00
4	Faktor Konversi	0,860	0,935
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/kg)	0,003125	0,004564
6	Harga Output (Rp/Kg)	5.187,50	3.036,59
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	36.000,00	28.053,44
Penerimaan dan Keuntungan			
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	3.375,00	1.335,37
9	Harga Input Lain (Rp/Kg)	136,66	195,17
10	Nilai Output (Rp/Kg)	4.461,25	2.839,21
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	949,59	1.308,68
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	21,29	46,09
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (Rp/Kg)	112,50	128,05
	b. Pangsa Tenaga Kerja Langsung (%)	11,85	9,78
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	837,09	1.180,63
	b. Tingkat Keuntungan (%)	18,76	41,58
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin (Rp/Kg)	1.086,25	1.503,84
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	10,36	8,51
	b. Sumbangan Input lain (%)	12,58	12,98
	c. Keuntungan Perusahaan (%)	77,06	78,51

Nilai Tambah Pedagang Grosir

Pedagang grosir melakukan proses penyortiran, *grading*, penjualan dan kadang melakukan penyimpanan. Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa persentase nilai tambah pada pedagang grosir yaitu 41,59 persen dan persentase keuntungan sebesar 41,16 persen. Karena kegiatan yang dilakukan tidak jauh berbeda serta tidak adanya pengolahan lebih lanjut maka persentase nilai tambah dan tingkat keuntungan hampir sama besar dengan responden pedagang pengumpul besar di Pasar Wisata. Dengan tingkat keuntungan yang hampir sama, pedagang grosir memiliki nilai marjin yang lebih besar. Nilai tambah dan keuntungan yang dimiliki pedagang grosir akan lebih besar dibanding pedagang pengumpul besar pada rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan yang hampir sama.

Tabel 3. Perhitungan Nilai Tambah Pedagang Grosir

No.	Variabel	Nilai
	Output, Input dan Harga	
1	Output (Kg)	608.640,00
2	Bahan Baku (Kg)	634.000,00
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	568,00
4	Faktor Konversi	0,96
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/kg)	0,000896
6	Harga Output (Rp/Kg)	5.591,09
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	25.774,65
	Penerimaan dan Keuntungan	
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	3.083,60
9	Harga Input Lain (Rp/Kg)	51,40
10	Nilai Output (Rp/Kg)	5.367,44
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	2.232,45
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	41,59
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (Rp/Kg)	23,09
	b. Pangsa Tenaga Kerja Langsung (%)	1,03
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	2.209,36
	b. Tingkat Keuntungan (%)	41,16
	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14	Marjin (Rp/Kg)	2.283,85
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	1,01
	b. Sumbangan Input lain (%)	2,25
	c. Keuntungan Perusahaan (%)	96,74

Nilai Tambah Pedagang Pengecer

Dari hasil analisis nilai tambah pada Tabel 4 dan Tabel 5, menunjukkan rata-rata rasio nilai tambah pedagang pengecer di Pasar Wisata sebesar 33,26 persen dan tingkat keuntungan 31,17 persen. Kemudian untuk pedagang pengecer di Pasar Tuntung Pandang memiliki rata-rata nilai tambah sebesar 44,21 persen dan tingkat keuntungan 43,45 persen. Besarnya rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan pedagang pengumpul besar yang mengirim ke Pasar Wisata tidak berbeda jauh dengan pedagang pengecer di pasar tersebut. Begitu juga dengan pedagang pengumpul besar dan pedagang grosir memiliki rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan yang hampir sama. Hal ini menunjukkan pelaksanaan pemasaran buah naga di Pasar Wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari telah melakukan kerjasama yang saling menguntungkan. Rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan di antara entitas tidak jauh berbeda, yang membedakan adalah besarnya nilai tambah dan tingkat keuntungan. Pedagang pengecer memiliki nilai tambah dan tingkat keuntungan yang paling besar dalam rantai pasok. Besarnya margin di pedagang dikarenakan besarnya resiko penjualan yang ditanggung pedagang pengecer.

Tabel 4. Hasil Analisis Nilai Tambah Responden Pedagang Pengecer Pasar Wisata

No.	Variabel	R1	R2	R3	R4	R5	Rata-rata
1	Faktor Konversi	0,93	0,87	0,91	0,96	0,97	0,928
2	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/kg)	0,06	0,05	0,10	0,09	0,05	0,07
3	Nilai Output (Rp/Kg)	8.137,76	6.872,72	9.664,70	11.233,84	8.513,87	8884,58
4	Nilai Tambah (Rp/Kg)	2.973,60	1.024,59	4.483,34	4.742,92	2.233,48	3091,67
5	Rasio Nilai Tambah (%)	36,54	14,91	46,39	42,22	26,24	33,26
6	Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	306,12	169,49	201,61	72,12	126,29	175,13
7	Pangsa Tenaga Kerja (%)	10,29	16,54	4,50	1,52	5,65	7,70
8	Keuntungan (Rp/kg)	2.667,48	855,10	4.281,73	4.670,81	1.107,59	2.916,54
9	Tingkat Keuntungan (%)	32,78	12,44	44,30	41,58	24,75	31,17
10	Margin (Rp/kg)	3.294,34	1.572,27	5.027,61	4.903,94	2.400	3.439,63
	Pendapatan tenaga kerja (%)	9,29	10,78	4,01	1,47	5,26	6,16
	Sumbangan input lain (%)	9,74	34,83	10,83	3,28	6,94	13,12
	Keuntungan Perusahaan (%)	80,97	54,39	85,16	95,25	87,70	80,69

Tabel 5. Hasil Analisis Nilai Tambah Responden Pedagang Pengecer Pasar Tuntung Pandang Pelaihari

No.	Variabel	R1	R2	R3	R4	R5	Rata-rata
1	Faktor Konversi	0,94	0,95	0,97	0,93	0,97	0,952
2	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/kg)	-	0,03	-	-	0,01	0,008
3	Nilai Output (Rp/Kg)	7.474,31	9.238,80	7.300,52	9.617,30	10.258,68	8.777,92
4	Nilai Tambah (Rp/Kg)	3.274,51	4.684,71	2.911,76	4.068,35	4.552,37	3.897,33
5	Rasio Nilai Tambah (%)	43,81	50,72	39,88	42,26	44,38	44,21
6	Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	-	240,00	-	-	120,18	72,04
7	Pangsa Tenaga Kerja (%)	-	5,12	-	-	2,64	1,55

8	Keuntungan (Rp/kg)	3.274,51	4.446,17	2.911,76	4.063,85	4.432,19	3.825,70
9	Tingkat Keuntungan (%)	43,81	48,12	39,88	42,26	43,20	43,45
10	Margin (Rp/kg)	3.507,82	4.798,80	3.023,32	4.157,24	4.712,51	4.039,94
	Pendapatan tenaga kerja (%)	-	500	-	-	2,55	1,51
	Sumbangan input lain (%)	6,65	2,35	3,69	2,25	3,40	3,67
	Keuntungan Perusahaan (%)	93,35	92,65	96,31	97,75	94,05	94,82

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pedagang pengumpul besar yang memasok ke Pasar wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari masing-masing memperoleh rasio nilai tambah 21,29 persen dan 46,09 persen dengan tingkat keuntungan masing-masing 18,76 persen dan 41,58 persen. Rasio nilai tambah yang didapatkan pedagang grosir 41,59 persen dengan tingkat keuntungan 41,16 persen. Pedagang pengecer di Pasar wisata dan Pasar Tuntung Pandang Pelaihari masing-masing memperoleh rata-rata rasio nilai tambah 33,26 persen dan 44,21 persen dengan rata-rata tingkat keuntungan masing-masing 31,17 persen dan 43,45 persen. Tidak terdapat perbedaan yang begitu besar pada rasio nilai tambah dan tingkat keuntungan pada masing-masing entitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia R. R, Hairiyah N dan Nuryati. (2017). Pemetaan Rantai Pasok Buah Naga di Kabupaten Tanah Laut. Prosiding Seminar Nasional Riset Terapan Vol 2, Edisi November 2017. Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Badan Pusat Statistika. Produksi Buah-Buahan Menurut Provinsi. http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id_subyek=55¬ab=2. [26 April 2017]
- Helda. 2004. Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Teri di Pulau Pasaran, Provinsi Lampung [skripsi]. Bogor : Program Sarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Khumphant, T., Vongmanee, V., & Rattanawong, W. (2007). A cost reduced solutions of dragon fruits supply chain to increase business competitive advantage. In 2nd International Conference on Operations and Supply Chain Management (pp. 447–453). Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.
- Marimin, Maghfiroh N. 2010. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. Bogor: IPB Press

Prosiding SNRT (Seminar Nasional Riset Terapan)
Politeknik Negeri Banjarmasin, 7 November 2018

ISSN 2341-5662 (Cetak)

ISSN 2341-5670 (Online)

Sukandar NWH. 2000. Analisis Nilai Tambah dan Prospek Pengembangan Industri Pengolahan Ubi Kayu (Perbandingan Metode M. Dawam Rahardjo dan Hayami) [skripsi]. Bogor : Program Sarjana, Institut Pertanian Bogor.